

Таблиця 1 Матриця можливих результатів для еколого-економічної оцінки варіантів розподілу

Варіанти розподілу товарів	Критерії розподілу товарів		
	Час (Т)	Економічні витрати (В _{екон})	Повні логістичні витрати (ПЛВ)
Прямий	T ₁₁	В _{екон12}	ПЛВ ₁₃
Непрямий	T ₂₁	В _{екон22}	ПЛВ ₂₃
Змішаний	T ₃₁	В _{екон32}	ПЛВ ₃₃

Такий підхід до вибору оптимального варіанту розподілу товарів дозволяє отримати найбільш оптимальний з точки зору обраних параметрів варіант розподілу товарів, під яким розуміють вибір не лише виду транспорту, а й доцільності залучення посередника для забезпечення виконання зобов'язань з доставки товарів.

Список використаної літератури:

1. Джаферова С. Э. Логистическое моделирование сбыта в системе управления ресурсами предприятия / С. Э. Джаферова // Культура народов Причерноморья. – 2005. – № 62. – С. 27–30.
2. Дубров А. М. Моделирование рискованных ситуаций в экономике и бизнесе / А. М. Дубров, Б. А. Лагоша, Е. Ю. Хрусталева, Т. П. Барановская. – М. : Финансы и Статистика, 2001. – 224 с.
3. Касьяненко В. О. Моделювання та прогнозування економічних процесів. Конспект лекцій : навчальний посібник / В. О. Касьяненко, Л. В. Старченко. – Суми : ВТД «Університетська книга», 2006. – 185 с.
4. Лукинский В. С. Модели и методы теории логистики : учебн. пособие. / В. С. Лукинский. – [2-е изд.]. – СПб.: Питер, 2007. – 448 с.
5. Чортюк Ю. В. Методичний підхід до вибору раціональної схеми доставки товару торговельним підприємством / Ю. В. Чортюк // Механізм регулювання економіки. – 2009. – № 2. – С. 201–205.

ЕКОНОМІКО-ПРАВОВІ НАСЛІДКИ КОНТРАФАКТУ

Ткачов Максим Михайлович,
кандидат економічних наук,
доцент кафедри права НТУ «ХПІ»

Сучасний стан контрафакції різних видів продукції набуває все більш масового характеру. Обсяг контрафакту в окремих сферах підприємницької діяльності порівняльний з обсягами легального виробництва, а нерідко і перевищує його. Місткість світового ринку контрафактної продукції, за даними Організації економічного співробітництва та розвитку, становить близько 650 млрд. доларів. При цьому спостерігається тенденція стійкого і істотного

зростання обороту підробленої продукції: обсяг світового ринку контрафактної продукції до 2018 року може досягти 1,5 трлн дол.[12; 13]. У результаті в тіньовому обігу залишаються грошові кошти, співмірні з вартістю офіційно визначеного валового національного продукту, завдається суттєва шкода українському бізнесу, створюється загроза життю і здоров'ю громадян і т.п. Економічні та соціальні збитки при цьому виявляються величезними і важко піддаються обчисленню. Сформоване положення загрожує міжнародному престижу України, заважає її вступу в міжнародне економічне співтовариство. За даними аналітиків щорічні втрати компаній - виробників через шахрайство в галузі прав інтелектуальної власності оцінюються в сотні мільярдів доларів.

Рівень збитку, що наноситься контрафактною продукцією варіюється в залежності від тих чи інших умов, однак експерти сходяться на думці, що контрафакт формує багатомільярдний ринок тіньової економіки, що випускає колосальний обсяг фальшивих товарів щороку. Відповідно до Звіту за 2011 р. «Оцінка глобальних економічних і соціальних наслідків контрафакту та піратства», представленому в рамках проекту «Бізнес проти контрафакту та піратства» [12; 13], вартість підробленої продукції по всьому світу склала \$ 285 - \$ 360 млрд., виробленої і проданої на внутрішніх ринках - \$ 140 - \$ 215 млрд. Усвідомлюючи масштаб наслідків зростання даної незаконної торгівлі і втрат світової економіки в довгостроковій перспективі, департамент також провів оцінку збитку на основі останніх даних ОЕСР, доступних на той момент. У результаті даної нелегальної діяльності світова економіка втрачає щороку близько \$ 650 млрд. Але крім фінансових втрат для бізнесу, суспільству загрожує безліч інших небезпек. У звіті представлена інформація ОЕСР про можливі негативні ефекти від реалізації контрафакту та піратської продукції в масштабах всієї економіки. Проблеми виникають у рамках торгівлі, іноземних інвестицій, зайнятості, інновацій, кримінальної обстановки і навколишнього середовища. На мікроекономічному рівні контрафакт негативно впливає на обсяг продажів, ціни, вартість інтелектуальних прав власників, цінність брендів, інвестиції та гонорари.

Може виникнути питання, пов'язане з тим, що негативні наслідки контрафакту самі по собі будуть сприяти його зменшенню, а можливо й повному витісненню з національних ринків різних країн. Але попри ці аргументи, є низка факторів, які сприяють поширенню та збільшенню розмірів контрафактних операцій.

По-перше, внутрішнє виробництво досить часто потребує певних інгредієнтів, які по вартісним параметрам є практично недоступними для окремих країн, що стає на заваді поступу науково-технічного прогресу, збільшує їх відставання від індустріально розвинутого сегменту світового виробництва.

По-друге, міжнародна торгівля на сьогодні – це величезні обсяги продукції, яку практично неможливо постійно сканувати, перевіряти, проводити технологічний аудит. За певними обсягами оригінальної продукції без особливих проблем можна сховати і контрафактні підробки.

По-третє, сучасний розвиток кожної країни і світового господарства в цілому багато в чому залежний від ІТ-технологій, обсяг фінансових і товарних операцій в цій сфері на сьогодні є величезним. Задоволення зростаючого попиту в кожній країні в ІТ-послугах далеко не завжди відповідають наявним можливостям виробникам оригінальної продукції, що створює благодатне поле для розвитку контрафактного виробництва.

По-четверте, зростання світової економіки також неможливо зупинити. А для цього зростання також існує різносегментний попит. Певні сегменти цього ринку відданні контрафактній та фальсифікованій продукції, без чого на сьогодні об'єктивно ще неможливо обійтися.

Разом з тим, світове співтовариство давно вже одночасно визначилось з неприйнятним, а в деяких випадках кримінальним походженням контрафактної продукції, зменшенню обсягу якої слід постійно сприяти. Але економічні проблеми контрафакту ще досліджені недостатньо, в науковій економічній літературі практично відсутні фундаментальні економічні дослідження

Література

13. Вельш П.Г. Экспертное исследование контрафактной продукции массового производства: проблемы и пути их решения [Текст] / П.Г.Вельш // Вестник Владимирского юридического института.- 2010.- №4(17).- С. 68-70
14. Грабченко А.И. Основы маркетинга высоких технологий : [учебное пособие] / Грабченко А.И., Перерва П.Г., Смолвик Р.Ф. – Х. : ХГПУ, 1999. – 242 с.
15. К вопросу о контрафакте [электронный ресурс].- Режим доступа: www.sibadvokat.ru/advokat/topics/k_voprosu_o_kontrafakte/
16. Перерва П. Г. Антикризисний моніторинг фінансово-економічних показників роботи машинобудівного підприємства / П.Г.Перерва, В.Л.Товажнянський // Економіка розвитку. – Харків : ХНЕУ. – 2010. – №2 (54). – С. 46–50.
17. Перерва П. Г. Синергетичний ефект бенчмаркінгу конкурентних переваг / П.Г.Перерва, Н. П. Ткачова // Маркетинг і менеджмент інновацій . – 2011. – № 4(1). – С. 55-66.
18. Перерва П.Г. Антикризисні інструменти сталого розвитку підприємства: інноваційна, інвестиційна та маркетингова політика / П.Г.Перерва, А.В.Косенко, О.П.Косенко // Вісник Нац.техн.ун-ту "ХПІ" : зб.наук.пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва. – Харків : НТУ "ХПІ". – 2012. – № 25. – С. 100-106.
19. Перерва П.Г. Економіка та організація інноваційної діяльності : підруч. / П.Г.Перерва; за ред. П.Г.Перерви, С.А.Меховича, М.І.Погорелова. – Харків : НТУ «ХПІ», 2008. – 1080 с.
20. Перерва П.Г. Розвиток методів аналізу фактичного стану конкурентних переваг підприємства / П.Г.Перерва, Н.П.Ткачова // Економіка розвитку. – Харків : ХНЕУ, 2011. – № 4 (60). – С. 116-120.
21. Перерва П.Г. Розвиток методів аналізу фактичного стану конкурентних переваг підприємства / П.Г. Перерва, Н.П. Ткачова // Економіка розвитку. – Харків : ХНЕУ, 2011. – №4 (60). – С. 116-120.
22. Ткачев М.М. Экономика контрафакта в автомобильной промышленности / М.М.Ткачев // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования.- №1.- 2013.- с.165-176.
23. Estimating the global economic and social impacts of counterfeiting and piracy.- London : Frontier Economics Ltd, 2011.- 61с.
24. Pererva P.G. Technology transfer [Text] / P. G. Pererva, G. Kocziszky, D. Szakaly, M. Somosi. — Veres-Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. — 668 p.
25. Piracy impact study the economic benefits of reducing software piracy [Electronic resource]. - Mode of access: http://ww2.bsa.org/country/Research%20and%20Statistics/~media/Files/Research%20Papers/IDC/2010/cp_ukraine_english.ashx

ДОСЛІДЖЕННЯ ПОКОЛІНЬ БЕНЧМАРКІНГУ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Ткачова Надія Петрівна,
кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки і маркетингу НТУ «ХПІ»

Проведені нами дослідження свідчать про те, що досить часто в літературі змішуються поняття конкурентний аналіз та бенчмаркінг, який розглядається як складова частина конкурентного аналізу. Подібна позиція, на